



Presse-Information

Verbrauchs- und Medienanalyse

VuMA Touchpoints 2017 II

Konsuminformationen jetzt mit den aktuellsten Medien-Leistungswerten

Frankfurt/Hamburg/Mainz, 19. April 2017

Die Verbrauchs- und Medienanalyse (VuMA Touchpoints) beinhaltet ab sofort die neuen Leistungswerte für alle in der Media-Analyse ausgewiesenen Radiosender und -kombinationen. Die Daten der per Tagesablauf original erhobenen Radionutzung wurden an die Reichweiten der ma 2017 Radio I angepasst. Somit können die vielfältigen VuMA-Konsuminformationen mit den aktuellsten Radiodaten kombiniert werden.

Im Bereich Tageszeitungen wurden fünf Angebote von Score (angepasst an die ma 2017 Presse I) ergänzt. Damit - sowie den bereits vorhandenen BILD-Angeboten – können Mixpläne mit Radio, TV und Print bewertet werden. Bereits im Februar wurde die Fusion der aktuellen VuMA-Konsumdaten in das AGF/GfK-Fernsehpanel realisiert. Neben der turnusmäßigen Datenaktualisierung bietet die Studie detaillierte Touchpoint-Informationen im Tagesablauf. Für die Mediengattungen Fernsehen, Radio, Online, Zeitschriften und Tageszeitung kann die Nutzung von 5-24 Uhr analysiert werden.

Die VuMA Touchpoints 2017 II mit den aktuellen Leistungswerten der Radioangebote ist unter den Planungstools RadioXpert, MDS und mediMACH verfügbar. Werbetreibende und Agenturen können Zählungen aus der VuMA bei den VuMA-Mitgliedern in Auftrag geben. Die Nutzungsdaten für die Gattungen TV, Radio, Online, Zeitschriften und Zeitungen sowie der Tätigkeiten im Tagesablauf können mit dem Online-Tool VuMA Touchpoints Monitor analysiert werden, das über www.vuma.de frei zugänglich ist.

Kontakt für Journalisten:

AS&S

RMS

ZDF Werbefernsehen

Norbert Rüdell, Telefon 069/15424-218

Kirsten Schade, Telefon 040/23890-153

Thomas Wiggert, Telefon 06131/701-5465

Die Verbrauchs- und Medienanalyse VuMA ist die bedeutendste Markt-Media-Studie für die elektro-nischen Medien Radio und Fernsehen, da sie deren Nutzung granular und Single-Source gemeinsam mit Konsuminformationen ermittelt. Als einzige Studie ihrer Art bietet sie Informationen zu Mediennutzung und Aktivitäten im Tagesverlauf. Werbungtreibenden und Agenturen steht damit in allen Phasen der Planung ein nützliches Tool zur Verfügung. Von der Marktanalyse über die Entwicklung der Mediastrategie bis zur Feinplanung - die VuMA liefert Zahlen und Fakten für fundierte Mediaentscheidungen.